

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner

Kuisioner Penelitian

Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Brand Image* pada *Starbucks*

Malang City Point

Mohon dibaca terlebih dahulu

Saya Farhatul Awaliyah mahasiswa jenjang S-1 Universitas Muhammadiyah Malang ingin melakukan survey mengenai Pengaruh *Green Marketing* terhadap *Brand Image* pada *Starbucks* Malang City Point di kota Malang. Mohon isi kuisioner ini dengan sebenar – benarnya, jawaban bersifat rahasia dan tidak dipergunakan untuk hal – hal diluar penelitian. Jika terdapat pertanyaan mohon disampaikan ke pemberi kuisioner di email awaliyahgyu@gmail.com

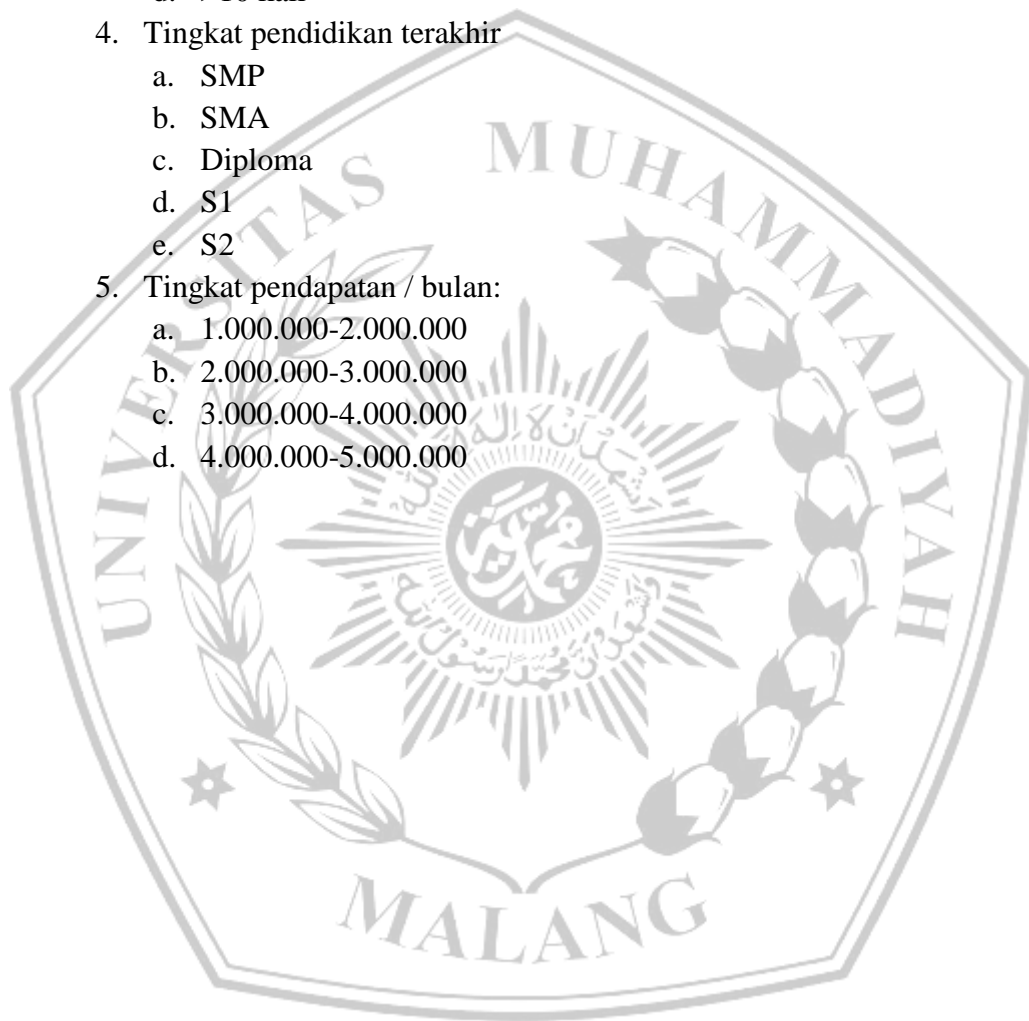
Terima Kasih.

Peneliti,

Farhatul Awaliyah

Mohon isi informasi berikut dengan benar:

1. Jenis Kelamin : Pria / Wanita (coret yang tidak perlu)
2. Usia : >17 tahun
3. Pernah melakukan pembelian produk *Starbucks* sebanyak :
 - a. > 1 kali
 - b. 3 – 5 kali
 - c. 5 – 10 kali
 - d. >10 kali
4. Tingkat pendidikan terakhir
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. Diploma
 - d. S1
 - e. S2
5. Tingkat pendapatan / bulan:
 - a. 1.000.000-2.000.000
 - b. 2.000.000-3.000.000
 - c. 3.000.000-4.000.000
 - d. 4.000.000-5.000.000



Pada bagian ini Anda diminta untuk mengisi informasi mengenai **tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan** terkait Pengaruh *Green Marketing Mix* terhadap *Brand Image* pada *Starbucks* Malang City Point di kota Malang dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan yang dianggap sesuai. Dari skala 1-5 semakin tinggi angka yang anda pilih menandakan semakin tinggi pula kesetujuan anda.

Skala penilaian sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

No	Daftar Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1	<i>Starbucks</i> menggunakan bahan aman dan ramah lingkungan.					
2	<i>Starbucks</i> memiliki tingkat ketahanan produk yang cukup baik.					
3	<i>Starbucks</i> menggunakan bahan kemasan yang mudah diremukkan.					
4	<i>Starbucks</i> yang ramah lingkungan memiliki harga relatif lebih tinggi dibanding produk lain.					
5	Harga <i>Starbucks</i> sebanding dengan kualitas produknya.					
6	Letak outlet <i>Starbucks</i> strategis sehingga mudah ditemukan dan dijangkau.					
7	<i>Starbucks</i> mudah ditemukan karena jumlah outlet yang tersedia cukup banyak.					
8	Kredibilitas <i>Starbucks</i> sebagai produk ramah lingkungan sudah cukup baik.					

9	<i>Starbucks</i> merupakan produk berkualitas yang aman bagi lingkungan.					
10	<i>Starbucks</i> merupakan produk berkualitas yang dapat di daur ulang					
11	<i>Starbucks</i> merupakan produk berkualitas menggunakan kandungan aman bagi lingkungan dan pelanggan.					
12	<i>Starbucks</i> memiliki reputasi yang baik karena manfaat yang diberikan oleh produk terhadap lingkungan.					
13	<i>Starbucks</i> memiliki reputasi yang baik karena menggunakan konsep pemasaran hijau.					
14	<i>Starbucks</i> diproduksi oleh perusahaan terpercaya (<i>Starbucks Corporation</i>) yang menguatkan kepercayaan bahwa produk tidak merusak lingkungan.					
15	Desain kemasan <i>Starbuck</i> unik dan ramah lingkungan sehingga mudah dikenali.					
16	Tagline periklanan yang dilakukan <i>Starbucks</i> selalu menggambarkan kepeduliannya terhadap lingkungan.					

Terimakasih Atas Kerjasama Anda

Lampiran 2. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Green Marketing
X1.1	Pearson Correlation	1	,295**	,341**	,159	,233*	,073	,332**	,178	-,020	,530**
	Sig. (2-tailed)		,003	,001	,113	,020	,472	,001	,076	,842	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,295**	1	,194	,177	,191	,213*	,315**	,158	,056	,527**
	Sig. (2-tailed)	,003		,054	,079	,057	,033	,001	,116	,583	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,341**	,194	1	,065	,293**	,221*	,332**	,231*	,029	,548**
	Sig. (2-tailed)	,001	,054		,519	,003	,027	,001	,021	,775	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,159	,177	,065	1	,180	,301**	,177	,240*	,082	,482**
	Sig. (2-tailed)	,113	,079	,519		,072	,002	,077	,016	,420	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,233*	,191	,293**	,180	1	,094	,425**	,303**	,018	,546**
	Sig. (2-tailed)	,020	,057	,003	,072		,350	,000	,002	,860	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,073	,213*	,221*	,301**	,094	1	,304**	,427**	,264**	,583**
	Sig. (2-tailed)	,472	,033	,027	,002	,350		,002	,000	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,332**	,315**	,332**	,177	,425**	,304**	1	,334**	,275**	,711**

Y1.3	Pearson Correlation	,111	,173	1	-,095	,223*	,129	,011	,085	,483**
	Sig. (2-tailed)	,269	,085		,350	,026	,201	,913	,399	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	-,052	-,131	-,095	1	,097	,077	-,138	,071	,226*
	Sig. (2-tailed)	,606	,194	,350		,340	,445	,172	,483	,024
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	-,007	,189	,223*	,097	1	,185	,262**	,168	,594**
	Sig. (2-tailed)	,948	,059	,026	,340		,066	,008	,094	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	,121	,141	,129	,077	,185	1	-,041	,033	,506**
	Sig. (2-tailed)	,230	,161	,201	,445	,066		,689	,741	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	,122	,041	,011	-,138	,262**	-,041	1	,269**	,386**
	Sig. (2-tailed)	,226	,684	,913	,172	,008	,689		,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	,098	-,030	,085	,071	,168	,033	,269**	1	,471**
	Sig. (2-tailed)	,334	,770	,399	,483	,094	,741	,007		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Brand Image	Pearson Correlation	,427**	,429**	,483**	,226*	,594**	,506**	,386**	,471**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,024	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3. Uji Reliabilitas

a. *Green Marketing*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29,08	11,246	,357	,699
X1.2	29,09	11,295	,357	,699
X1.3	29,00	11,192	,383	,694
X1.4	28,78	11,527	,303	,709
X1.5	28,92	11,347	,395	,692
X1.6	29,06	11,027	,428	,686
X1.7	28,90	10,071	,574	,655
X1.8	28,93	10,530	,491	,673
X1.9	28,88	12,187	,221	,720

b. *Brand Image***Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

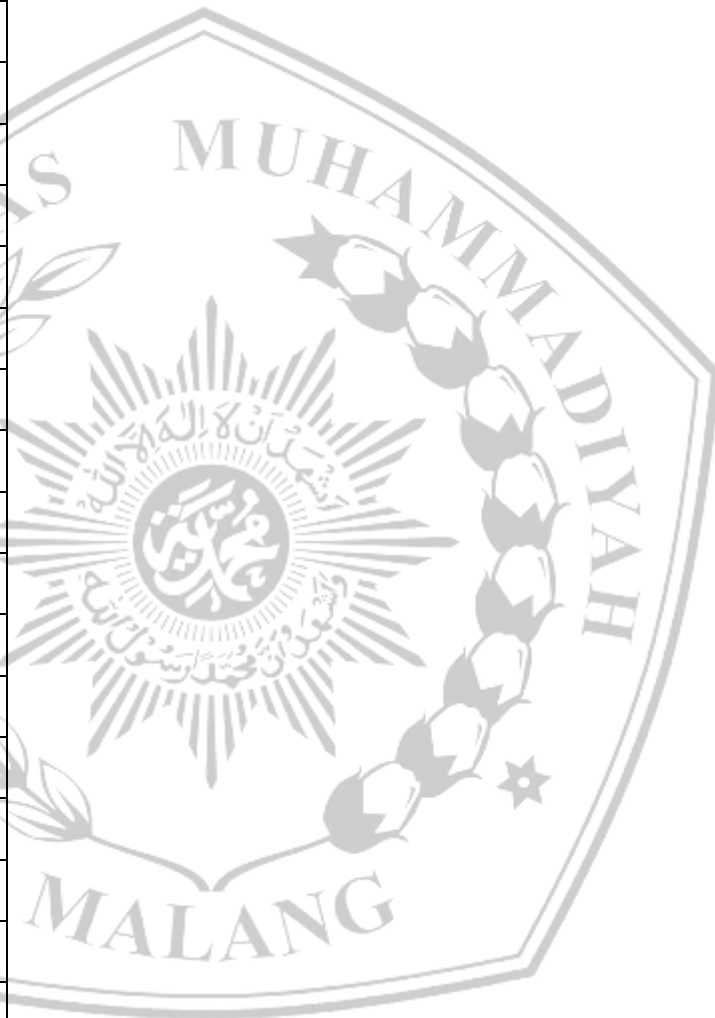
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	26,01	4,818	,158	,391
Y1.2	26,05	4,816	,163	,389
Y1.3	25,98	4,606	,208	,368
Y1.4	26,03	5,464	-,041	,471
Y1.5	26,00	4,283	,362	,293
Y1.6	25,95	4,472	,209	,366
Y1.7	25,97	5,019	,161	,390
Y1.8	25,91	4,669	,205	,369

	Item Pertanyaan														
No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
1	4	2	3	2	4	4	4	4	4	31	2	4	4	2	4
2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	33	4	4	3	4	3
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39	4	3	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	5	4	4
5	4	2	3	4	3	4	4	4	4	32	3	2	3	3	4
6	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30	4	4	4	4	3
7	3	4	5	5	4	5	5	5	4	40	4	3	5	4	4
8	2	4	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	3	4
9	3	4	4	5	4	3	3	4	3	33	3	3	2	3	2
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	3	3	4	4
11	4	4	4	2	4	4	4	3	4	33	4	2	4	4	2
12	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	4	5	5	3	5
13	4	3	4	4	4	3	5	4	3	34	3	3	4	4	4
14	2	2	3	4	3	3	3	3	4	27	3	4	4	3	3
15	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33	4	2	5	4	4
16	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41	4	5	5	4	5
17	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4	5	4	4	4
18	4	3	3	4	5	4	4	4	4	35	4	4	5	4	5
19	3	2	3	2	4	3	4	3	3	27	4	3	4	3	3
20	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4	4	5	2	4
21	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34	2	4	4	4	4
22	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32	3	2	2	3	3
23	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33	4	4	4	4	3
24	3	2	4	5	4	3	3	4	4	32	3	4	3	4	3

No.	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y
1	4	4	4	28
2	3	3	4	28
3	3	4	5	31
4	2	4	4	30
5	3	4	4	26
6	3	3	3	28
7	5	4	4	33
8	3	5	5	32
9	3	3	3	22
10	4	4	4	30
11	5	4	4	29
12	5	4	5	36
13	4	4	5	31
14	3	3	4	27
15	2	4	4	29
16	5	4	4	36
17	4	4	3	32
18	5	3	4	34
19	4	3	3	27
20	3	4	3	29
21	4	4	4	30
22	2	3	4	22
23	5	3	4	31
24	4	4	4	29



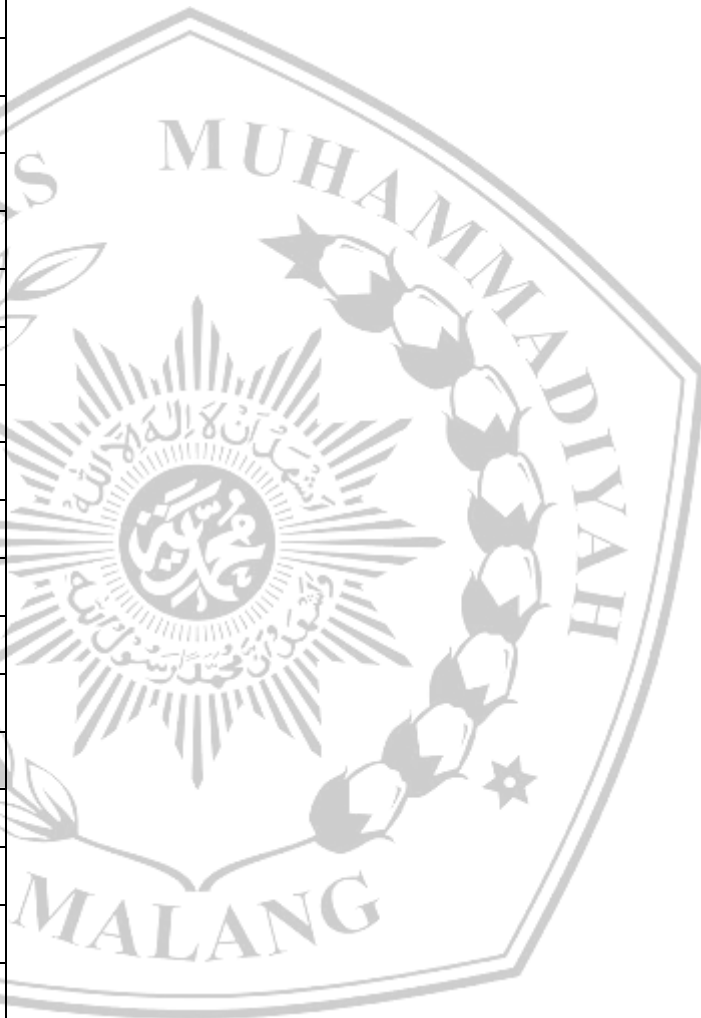
No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	4	4	4
26	3	4	3	3	4	3	3	4	4	31	4	4	3	3	3
27	2	3	4	4	4	4	4	5	4	34	3	4	4	4	4
28	5	5	4	5	5	4	5	4	4	41	4	4	4	4	5
29	4	3	3	4	3	3	3	4	4	31	4	3	4	3	3
30	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41	5	5	4	4	5
31	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	4	4	3	4	3
32	4	3	4	4	4	2	4	2	4	31	5	3	4	4	3
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	4	5	3	4
34	2	4	2	4	4	5	4	4	4	33	4	3	4	4	4
35	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	4	3	4	4
36	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32	4	3	4	3	3
37	4	4	4	3	4	4	2	4	3	32	3	4	4	4	4
38	4	4	2	4	4	4	4	5	4	35	4	5	4	4	3
39	3	3	4	3	3	4	4	4	4	32	5	4	3	3	4
40	4	3	4	4	4	3	5	4	5	36	3	4	4	4	3
41	4	4	3	5	4	4	4	3	2	33	4	4	4	3	4
42	4	3	3	4	4	3	3	5	5	34	4	3	3	4	3
43	5	4	4	2	4	2	4	4	3	32	4	4	4	3	4
44	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33	4	3	3	4	4
45	3	3	4	4	4	5	4	4	3	34	3	4	4	4	3
46	4	3	3	5	4	4	5	4	4	36	4	3	4	4	5
47	4	4	4	3	2	4	4	3	3	31	4	4	3	4	4
48	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4
49	3	4	3	4	4	2	4	4	3	31	4	3	4	3	5
50	4	5	4	3	4	3	4	3	2	32	4	4	4	2	4
51	4	4	4	5	4	3	3	4	4	35	4	3	4	4	4

No.	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y
25	4	3	2	27
26	4	4	4	29
27	3	3	4	29
28	5	4	5	35
29	4	4	4	29
30	5	4	4	36
31	3	4	5	30
32	4	3	3	29
33	3	4	4	31
34	4	4	4	31
35	4	3	3	29
36	4	3	4	28
37	3	4	4	30
38	4	3	4	31
39	4	4	5	32
40	3	4	3	28
41	5	2	4	30
42	5	4	3	29
43	4	4	3	30
44	5	4	4	31
45	3	3	4	28
46	5	4	4	33
47	2	4	4	29
48	3	3	3	29
49	4	4	4	31
50	4	4	3	29
51	3	4	4	30



No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
52	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28	4	4	2	3	3
53	4	4	4	5	3	3	3	2	3	31	2	4	3	4	4
54	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33	5	3	4	4	4
55	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	4	3	4	4
56	3	3	4	3	3	4	3	4	4	31	4	4	3	3	3
57	4	4	5	3	4	3	4	4	3	34	3	3	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	3	4	4	4	4
59	3	3	4	4	3	3	2	3	4	29	5	4	4	4	3
60	4	3	3	5	4	4	4	3	3	33	4	3	3	4	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	2	4
62	3	2	4	4	4	3	3	4	2	29	4	4	3	3	3
63	4	3	3	5	4	4	4	4	3	34	3	3	4	4	4
64	3	4	4	4	4	4	5	4	4	36	4	4	3	4	4
65	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	5	3	4	3	2
66	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26	4	4	2	4	4
67	4	3	3	4	3	4	4	4	3	32	4	3	4	4	4
68	3	3	3	4	2	3	2	2	3	25	3	2	3	4	4
69	2	2	2	3	4	3	2	4	4	26	4	4	4	3	3
70	4	3	3	4	4	4	3	3	4	32	4	3	4	4	4
71	3	4	4	4	4	4	4	4	5	36	4	4	4	4	4
72	4	3	4	4	3	4	4	3	4	33	3	4	3	4	3
73	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4
74	2	3	3	2	3	3	3	2	4	25	4	4	4	4	4
75	3	2	4	2	3	2	3	3	4	26	3	3	4	4	4
76	4	3	2	4	2	2	2	3	3	25	3	4	4	3	3
77	4	2	5	4	4	4	4	4	4	35	4	3	4	4	4
78	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34	3	4	3	4	5

No.	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y
52	4	3	4	27
53	4	4	3	28
54	4	5	4	33
55	5	4	3	31
56	3	4	2	26
57	4	3	4	29
58	4	4	4	31
59	3	3	2	28
60	4	4	4	29
61	4	4	4	30
62	4	4	4	29
63	5	3	4	30
64	3	4	3	29
65	4	4	4	29
66	3	3	3	27
67	3	4	3	29
68	2	4	4	26
69	4	3	4	29
70	4	4	4	31
71	4	4	4	32
72	3	4	4	28
73	4	3	4	31
74	3	4	5	32
75	4	3	4	29
76	4	4	2	27
77	3	5	5	32
78	4	4	4	31



No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5
79	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32	4	5	4	2	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4
81	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	4	3	3	5	3
82	3	3	4	3	4	3	4	5	4	33	3	4	4	4	4
83	2	3	2	4	3	2	3	2	4	25	4	4	4	3	3
84	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36	5	4	2	4	4
85	2	3	3	2	4	3	3	2	4	26	2	3	3	3	4
86	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34	4	4	4	4	4
87	4	4	3	4	4	3	3	3	4	32	4	4	4	3	3
88	3	3	3	4	5	2	2	2	2	26	3	3	4	4	4
89	2	4	2	4	3	4	3	4	4	30	4	4	4	4	4
90	2	3	3	3	2	3	3	3	4	26	3	3	4	4	3
91	3	4	4	4	3	4	2	4	3	31	4	4	4	3	4
92	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32	3	4	3	4	4
93	4	5	2	3	3	2	5	4	4	32	4	3	4	4	3
94	4	4	4	4	4	2	4	2	3	31	4	4	4	3	4
95	3	4	3	3	4	2	4	2	4	29	3	4	3	5	4
96	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	4	4	4	5	4
97	2	3	4	4	4	4	4	4	4	33	3	4	5	4	3
98	4	3	2	4	2	4	2	4	4	29	4	4	4	3	4
99	3	3	4	3	2	4	2	2	3	26	2	3	2	4	4
100	4	2	3	4	3	3	4	3	4	30	3	4	4	4	2

No.	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y
79	3	5	5	32
80	5	4	3	31
81	4	4	5	31
82	4	4	4	31
83	3	4	3	28
84	4	5	4	32
85	4	4	3	26
86	4	4	4	32
87	4	4	4	30
88	3	3	3	27
89	4	4	4	32
90	3	3	4	27
91	3	4	4	30
92	4	4	3	29
93	4	3	4	29
94	4	4	3	30
95	4	3	3	29
96	4	3	4	32
97	4	4	4	31
98	3	4	4	30
99	4	4	4	27
100	4	3	4	28



Lampiran 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,93519901
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,068
	Negative	-,120
Kolmogorov-Smirnov Z		1,202
Asymp. Sig. (2-tailed)		,111

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

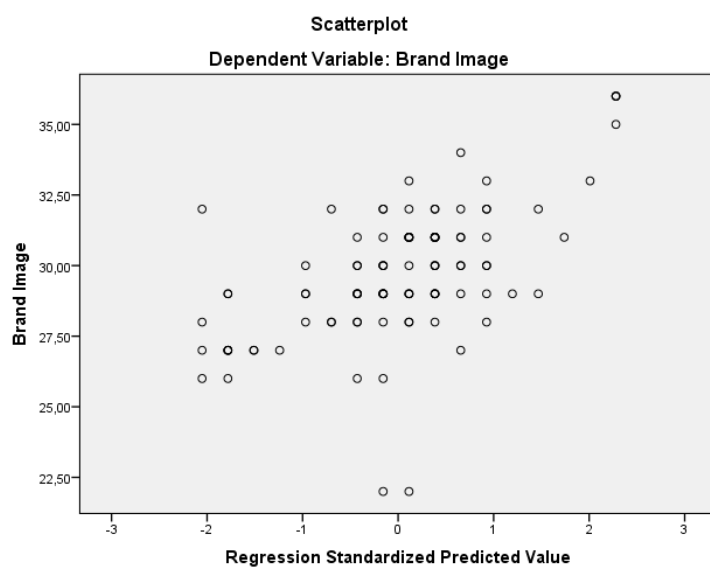
Lampiran 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17,217	1,735		9,921	,000		
	Green Marketing	,383	,053	,590	7,239	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Brand Image

Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,590 ^a	,348	,342	1,945

a. Predictors: (Constant), Green Marketing

b. Dependent Variable: Brand Image

Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,217	1,735		9,921	,000
	Green Marketing	,383	,053	,590	7,239	,000

a. Dependent Variable: Brand Image

Lampiran 10. Uji Hipotesis

Nilai t hitung	Nilai t tabel	Sig.	Ket.
7,239	1,983	0,000	Ha Diterima